

Сидорина Ирина Александровна

Магистрант

Направление: Экономика

Магистерская программа: Экономика фирмы

Анализ производства и реализации продукции

Аннотация. Для рыночной экономики России на современном этапе ее развития важное значение для коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей приобретает конкурентоспособность реализуемой продукции и поддержание устойчиво высокого спроса на нее.

Ключевые слова: анализ выполнение плана, анализ ассортимента товаров, метод разниц, анализ положения изделий на рынке, анализ качества, анализ конкурентоспособности товаров.

Проблема предложения на рынок товаров, работ, услуг, которые будут пользоваться стабильно высоким спросом у покупателей и потребителей, является одной из наиболее насущных в современном мире. Для поддержания стабильного финансового состояния каждая организация должна предлагать на рынок то, что купят покупатели и в количестве, которое они готовы приобрести. Именно ответы на эти вопросы являются наиболее важными для организации, от них во многом зависит коммерческий успех организации и экономики в целом. Определение ассортимента товаров, работ, услуг, которое будет пользоваться спросом в количестве необходимом рынку является наиболее важным, поскольку позволяет сопоставить возможности производства и предложения на рынок организации с уровнем спроса на рынке [3].

Конкурентные преимущества организации в условиях рыночной экономики могут быть надежно оценены с помощью анализа производства и реализации продукции, который представляет собой анализ финансовых показателей выполнения плана, определения влияния структурных сдвигов

изменения ассортимента товаров, работ, услуг, анализ положения изделий на рынках сбыта, анализ качества продукции, а также анализ конкурентоспособности и иные показатели [1, с. 87].

Анализ финансовых коэффициентов выполнения плана отражает долю фактического выполнения плановых значений и исчисляется, как частное фактического значения показателя к плановому значению. Анализ выполнения плана может определяться для исчисления доли выполнения плана по выпуску продукции из производства, доли выполнения плана по реализации, показателей выполнения договорных обязательств по поставкам продукции и пр. Они позволяют определить реальность плановых показателей, неэффективность финансово-хозяйственной деятельности текущего периода при недостижении плановых значений, а также определить возможные резервы увеличения доли выполнения плана в следующие периоды [1, с. 76].

Определение влияния структурных сдвигов изменения ассортимента товаров, работ, услуг оказывает значительное влияние на результаты хозяйственной деятельности организации, поскольку увеличение доли реализации продукции с большей рентабельностью при одновременном сокращении доли продажи продукции с низкой рентабельностью способны увеличить рентабельность деятельности товаров, работ, услуг в целом по организации. Анализ изменения ассортимента товаров производится с помощью коэффициента выполнения плана по ассортименту продукции, исчисляемого как частное фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнении плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции.

Анализ влияния структурных сдвигов определяется способом разниц или методом разниц исходя из формулы:

$$ВП = \sum(V_{\text{общ}} \times УД_i \times Ц_i) \quad (1)$$

где ВП- стоимость валового выпуска или реализации продукции;

$V_{\text{общ}}$ – общий объем выпуска или реализации продукции в натуральном или условно–натуральном выражении;

$УД_i$ – удельный вес i -го вида продукции в общем объеме производства или реализации;

$Ц_i$ – цена i -го вида продукции.

Анализ положения изделий на рынках сбыта определяется по динамике изменения объемов реализации, цены продажи, себестоимости единицы продукции, прибыли и рентабельности. Увеличение объемов продаж, прибыли и рентабельности является положительными факторами конкурентоспособности реализуемых товаров, работ, услуг организации.

Анализ качества продукции важен для завоевания и удержания позиций на рынке и осуществляется по показателям динамики рекламаций (чем ниже доля товаров с рекламациями, тем выше качество продукции) [2, с. 101].

Анализ конкурентоспособности осуществляется путем сравнения совокупности параметров организации с выбранными ведущими или географически близкорасположенными конкурентами. Определяется перечень параметров значимых для потребителя, которые можно сгруппировать в три группы: продуктовая (цена, ассортимент, качество товара), сервисная (доставка, гарантийное обслуживание и ремонт) и информационная (реклама и маркетинговые мероприятия, репутация организации, консультирование при продаже, участие в выставках, конференциях, сертификация). Позиция каждого конкурента по отдельному параметру оценивается экспертным путем исходя из общепринятой шкалы от 1 до 10, от слабой до сильной позиция. Полученный по итогам анализа многоугольник конкурентных позиций позволяет наглядно оценить конкурентоспособность организации в сравнении с конкурентами за счет выявления слабых и сильных сторон конкурентов, возможностей и угроз, с целью использования собственные преимущества и слабости конкурента для разработки эффективной стратегии конкурентной борьбы. В качестве примера приведем анализ конкурентоспособности ООО «Запчастник». В качестве экспертов выступили компетентные работники ООО «Запчастник»: директор; начальник производства (главный инженер); начальник отдела сбыта;

начальник отдела по вопросам снабжения и сбыта, заместитель директора по финансово-правовым вопросам.

Оценка конкурентоспособности предприятий по ремонту и изготовлению тракторных запчастей на территории Челябинской области представлена в табл. 1.

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности организаций

Параметры	Веса	ООО «Запчастник»	ООО «ЦТО БИТ»	ООО «Торсион»	ООО «УралСтройКомплект»	ООО «Авгатор»	ООО «Техтрон»	ООО «Запмаш»
I. Продуктовый компонент	0,30	7,79	5,91	8,96	9,10	7,21	5,85	3,65
1. Цена	0,24	7	5	8	9	6	5	4
2. Качество сборки	0,21	8	6	9	8	8	7	4
3. Качество разборки	0,23	9	7	9	10	7	6	3
4. Качество комплектующих	0,20	7	5	10	10	7	6	4
5. Ассортимент	0,12	8	7	9	8	9	5	3
II. Сервисный компонент	0,30	7,76	6,43	8,94	9,31	6,17	4,97	3,86
1. Ремонт	0,31	7	6	9	10	6	5	4
2. Составление сметы	0,20	8	7	10	9	8	5	4
3. Быстрая доставка	0,23	9	7	9	9	5	6	4
4. Гарантийное обслуживание	0,26	7	5	8	9	6	4	4
III. Информационный компонент	0,40	6,99	5,74	8,50	8,10	5,95	4,66	3,54
1. Реклама и акции по продвижению товара	0,29	7	7	8	8	6	4	4
2. Имидж, репутация компании	0,31	8	6	8	8	6	5	3
3. Грамотное консультирование при продаже	0,25	7	5	10	9	7	6	4
4. Участие в выставках, конференциях производителей	0,15	5	4	8	7	4	3	3
Суммарная взвешенная рейтинговая оценка	1,00	7,46	6,00	8,77	8,76	6,39	5,11	3,67

Таким образом, ООО «Запчастник» занимает 3-е место в рейтинговой оценке среди компаний-конкурентов. При этом, наибольшую конкурентную угрозу ООО «Запчастник» по приоритетным параметрам для потребителя представляют: цена; комплектация; качество сборки; гарантия. А основными конкурентами признаются ООО «Торсион» (с оценкой 8,77) и ООО

«УралСтройКомплект» (с оценкой 8,763). В то же время по таким параметрам, таким как качество сборки, ассортимент товаров, быстрая доставка и имидж предприятия ООО «Запчастник» соответствует конкурентам.

Таким образом, анализ производства и реализации продукции позволяет продавцам предлагать на рынок товары, работы, услуги, пользующиеся наибольшим спросом в достаточном количестве в интересах роста благосостояния организаций и экономики в целом.

Литература

1. Тараканова Н.В., Семенова А.Н., Данина И.Н., Немцева Ю.В. Макроэкономические факторы формирования потенциала малого и среднего предпринимательства в российских регионах: Монография. М.: Издательство АЭО, 2020.

2. Тараканова Н.В., Семенова А.Н., Данина И.Н., Чесалин Д.С. Стратегический и оперативный контроллинг // Экономика образования. 2018. № 5 (108).

3. Nosova S.S., Semenova A.N., Redin D.V., Tarakanova N.V., Makarenko A.V. Digital economy in the strategy of production integration in Russia // Espacios. 2018. T. 39. № 31.